

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS
LAYANAN PADA HOTEL
SPLASH BENGKULU**



SKRIPSI

Oleh :

R.A AULIA PRATIWI

C1B109070

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS BENGKULU**

2014

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS
LAYANAN PADA HOTEL SPLASH BENGKULU**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Universitas Bengkulu Untuk Memenuhi Salah Satu
Persyaratan Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Ekonomi**

Oleh :

R A AULIA PRATIWI

C1B109070

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN MANAJEMEN

UNIVERSITAS BENGKULU

2014

Skripsi oleh R A.Aulia Pratiwi ini

**Telah diperiksa oleh pembimbing dan disetujui untuk diuji pada ujian skripsi
Bengkulu, 24 Februari 2014**

Pembimbing,



Dr. Drs. Darmansyah, MM

NIP.195203031986091001

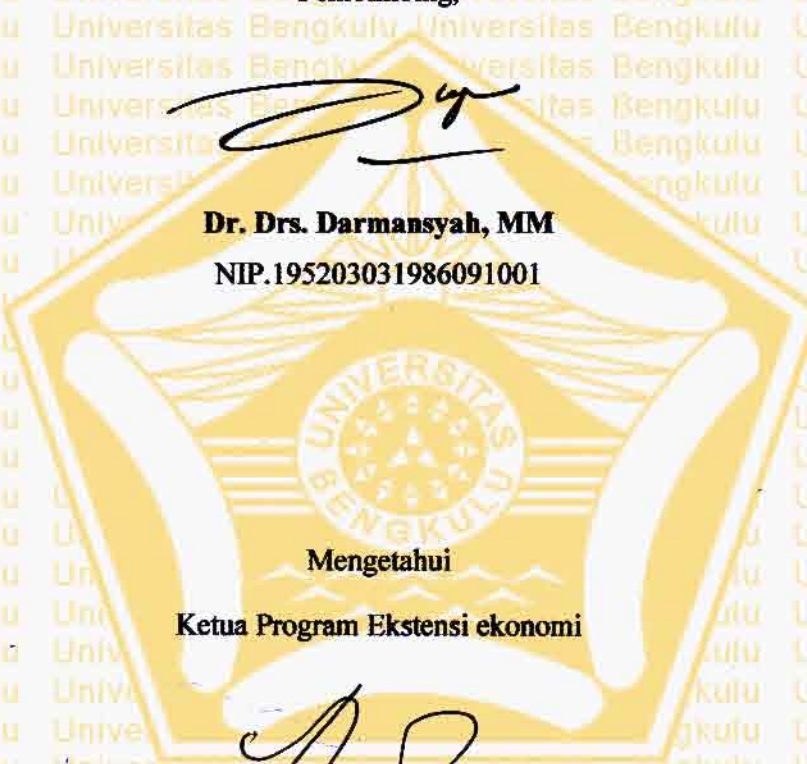
Mengetahui

Ketua Program Ekstensi ekonomi



Syamsul Bachri, SE, M.Si

NIP. 195601021986031002



Skripsi oleh **R A.Aulia Pratiwi** ini

Telah diperiksa oleh pembimbing dan dipertahankan didepan Tim penguji pada

Selasa, 04 Februari 2014

DEWAN PENGUJI

Pembimbing,


Penguji Utama,


Dr. Drs. Darmansyah, MM
NIP.195203031986091001


Chairil Afandy, SE, MM
NIP.197903052002121005

Anggota I

Anggota II


Nasution, SE, MDM
NIP.19620707991031003


Syamsul Bachri, SE, M.Si
NIP.195601021986031002

Mengetahui,

a.n Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Wakil Dekan Bidang Akademik



Fahrudin JS Pareke, Dr., SE., M.Si
NIP.19710914199031004

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

- ❖ Hidup Adalah Perjuangan Maka Dari Itu Jangan Pernah Untuk Berhenti Memperjuangkan Hidup Ini.
- ❖ Jangan Pernah Takut Untuk Gagal Karena Kegagalan Itu merupakan Cambuk Untuk Mendapatkan Keberhasilan Di Masa Mendatang.
- ❖ Sesungguhnya Sesudah Kesulitan Itu Ada Kemudahan, Apabila Telah Selesai Dari Sesuatu Urusan, Maka Kerjakanlah Dengan Sungguh - Sungguh Urusan Yang Lain, dan hanya Allah Hendaknya kamu Berharap. (Q.S. AL Insyirah : 6-7)

Skripsi ini ku Persembahkan Untuk :

- ❖ Puji Syukur ku Kepada Allah SWT yang Telah Memberikan Ilmu, Fikiran, Kesabaran, Dan Keteguhan Hati Kepada Diriku Sebagai hambanya. Dan tak lupa pula ku sampaikan shalawat serta salam kepada junjungan Nabi besar Nabi Muhammad SAW yang telah memperjuangkan kebaikan, keselamatan bagi seluruh umat.
- ❖ Kasih sayang yang tak ternilai harganya kepada Ibunda (Rita), dan Ayahanda (R.Nangcik) yang selalu memberikan Do'a, kasih sayang, semangat dan pengorbanan disetiap langkahku demi pencapaian cita-citaku. Tanpa itu semua tidak mungkin aku bisa seperti ini...
- ❖ Kakakku (RM Yudha) n addikku (RM Aditya) tercinta yang selalu support dan memberi semangat ...
- ❖ Pendamping hidupku yang selalu ada dihatiku dan tak akan tergantikan (Reiki) n Putri Kecilku (Annisa) yang selalu membuatku tersenyum... Terima kasih Sayang atas Do'a, semangat, dukungan yang diberikan dengan sepenuh hati.....Love u so much
- ❖ Sahabat-sahabatku yang ada selalu mendukungku, teman-teman kelas C Manajemen 2009 ...
- ❖ Almamaterku, Universitas Bengkulu....

THE ANALYSIS OF CUSTOMERS' SATISFACTION TOWARD SERVICE QUALITY AT SPLASH HOTEL BENGKULU

By:
R.A. Aulia Pratiwi ¹⁾
Darmansyah ²⁾

ABSTRACT

The researcher had conducted a research about the analysis of customers' satisfaction toward service quality at Splash Hotel Bengkulu which was aimed to know the customers' satisfaction toward service quality at Splash Hotel Bengkulu. The method used in this research was analysis qualitative and quantitative method which later was analyzed descriptively. The data used was primary and secondary data which was gotten by spreading 50 questionnaires to the respondents. The research result showed that the average score of reliability was 4.24 with very satisfying category, the tangible score was 4.18 classified as satisfying category, the score of responsiveness was 4.20 classified as very satisfying category, the score of assurance was 4.30 classified as satisfying category, and the score of empathy was 4.30 classified as very satisfying category.

Key Words: Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy

- 1) Student
- 2) Supervisor

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS LAYANAN PADA HOTEL SPLASH BENGKULU

Oleh :

**R A Aulia Pratiwi ¹⁾
Darmansyah ²⁾**

RINGKASAN

Perusahaan yang bergerak dibidang jasa seperti hotel sangat dibutuhkan untuk mendukung masyarakat. Hotel Splash Bengkulu merupakan salah satu bentuk perusahaan yang memberikan pelayanan dalam bidang jasa. Tentunya dalam hal ini kualitas pelayanan yang optimal merupakan kunci utama keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan. Salah satu faktor yang dapat meningkatkan penjualan produk jasa hotel ini adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen.

Kepuasan adalah perasaan senang seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk atau jasa. Atas dasar itu peneliti melakukan penelitian terhadap analisis kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada hotel splash bengkulu. Yang bertujuan untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap pelayanan pada hotel splash bengkulu.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *stratified random sampling*. Data yang digunakan adalah data primer yakni dengan menyebarkan kuisisioner kepada 50 responden. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode analisis kualitatif dan kuantitatif menggunakan *servqual* kemudian dianalisis secara deskriptif.

Hasil penelitian secara umum berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 50 responden menggambarkan bahwa kualitas layanan Hotel Splash Bengkulu sudah memberikan pelayanan yang optimal untuk memuaskan konsumen yang dilihat dari faktor *Reliability* dengan skor 4,24 termasuk kategori sangat puas, *Tangible* dengan skor 4,18 termasuk kategori puas, *Responsiveness* dengan skor 4,20 termasuk kategori sangat puas, *Assurance* dengan skor 4,30

termasuk kategori sangat puas, *Emphaty* dengan skor 4,30 termasuk kategori sangat puas.

Kata kunci: *Tangible, Reliability, Responsiveness, assurance, Emphaty*

1) Mahasiswa

2) Dosen Pembimbing Skripsi

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Splash Bengkulu”. Skripsi ini dibuat dengan tujuan untuk memenuhi persyaratan dalam mendapatkan gelar strata satu pada Fakultas Ekonomi Universitas Bengkulu.

Penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Dr. Drs. Darmansyah, M.M selaku dosen pembimbing utama dalam penulisan skripsi ini, berkat bimbingan, petunjuk dan arahan, sehingga penulis dapat menyelesaikan pembuatan skripsi ini.
2. Selaku penguji utama dalam pengujian skripsi ini, bapak Chairil Afandy, SE,MM selaku penguji utama dalam pengujian skripsi ini, Bapak Iskandar Zulkarnain, SE, M.BA dan Bapak Nasution, SE,MDM selaku dewan penguji yang telah memberikan masukan dan saran-saran dalam penyelesaian skripsi ini
3. Segenap Karyawan Hotel Splash Bengkulu yang telah membantu penulis dalam pembuatan skripsi ini.
4. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga amal ibadah, bantuan dan kebaikan yang diberikan mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Akhir kata penulis

mengucapkan mohon maaf atas segala kesalahan baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja, harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita

Bengkulu, Februari 2014

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTO DAN PERSEMBAHAN	
ABSTRACT	iv
RINGKASAN PENELITIAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Kualitas.....	6
2.2 Kualitas Pelayanan.....	6
2.3 Kepuasan Konsumen.....	9
2.4 Pengertian Hotel.....	9
2.5 Karakteristik hotel.....	10
2.6 Jenis Hotel.....	11
2.7 Pengertian Jasa.....	12
2.8 Konsep Pemasaran Dalam Bisnis Jasa.....	13
2.9 Loyalitas Konsumen.....	13
2.10 Penelitian Terdahulu.....	15
2.11 Kerangka Analisis.....	17
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	19
3.2 Definisi Operasional.....	19
3.3 Sumber Data.....	22
3.4 Metode Pengambilan Sampel.....	22
3.5 Metode Analisis.....	22
3.7 Alat Analisis Metode Servqual.....	23
 BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Dan Sejarah Perusahaan.....	25
4.3 Karakteristik Responden.....	28
4.4 Pendapat Responden Atas Pelayanan Yang Diberikan Oleh	

Hotel Splash Bengkulu.....	29
4.4.1 Pendapat Responden Terhadap Pelayanan.....	31
4.4.2 Tanggapan Responden Terhadap Tingkat keinginan.....	35
4.4.3 Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Yang Diberikan Oleh Hotel Splash.....	42
4.5 Pembahasan.....	45
4.5.1 Kualitas Layanan Dari Faktor <i>Reliability</i>	45
4.5.2 Kualitas Layanan Dari Faktor <i>Tangible</i>	46
4.5.3 Kualitas Layanan Dari faktor <i>Responsiveness</i>	46
4.5.4 Kualitas Layanan Dari faktor <i>Assurance</i>	47
4.5.5 Kualitas Layanan Dari faktor <i>Emphaty</i>	47

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	48
5.2 Saran.....	49

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

TABEL

Tabel 1.1 Rincian Kamar Hotel Splash Bengkulu Menurut Jenis Dan Tarif Kamar Permalam.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Indikator.....	21
Tabel 4.3.1 Jumlah Dan Persentase Responden Berdasarkan Tingkatan Umur.....	28
Tabel 4.3.2 Jumlah Dan Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
Tabel 4.3.3 Jumlah Dan Persentase Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	29
Tabel 4.2 Responden Terhadap Pelayanan.....	32
Tabel 4.3 Responden Terhadap Kepentingan.....	36
Tabel 4.4 Skor Gap Untuk Dimensi Reliability, Tangible, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty Pada Hotel Splash Bengkulu.....	40
Tabel 4.5 Menunjukkan Tingkat Kepuasan Konsumen dalam Pelayanan Berdasarkan Skor Gap.....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar

2.11 Kerangka Analisis.....	18
4.2 Struktur Organisasi.....	27

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

Lampiran 1 Tabulasi Data

Lampiran 2 Kuisisioner

Lampiran 3 Surat-Surat

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan zaman dan pertumbuhan perekonomian yang cukup tinggi mengakibatkan peningkatan taraf hidup rakyat dan juga persaingan dalam bisnis termasuk bisnis jasa. Salah satu usaha yang cukup berkembang saat ini adalah usaha jasa perhotelan. Usaha perhotelan yang merupakan salah satu pelopor bisnis dalam bidang jasa yang mengedepankan kepuasan konsumen dan bagian dari usaha sarana pariwisata merupakan salah satu produk wisata yang mempunyai peranan penting dalam menunjang pembangunan pariwisata suatu Daerah maupun pariwisata nasional, sebagaimana diketahui sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang diharapkan dapat menyumbang bagi devisa Negara. Harapan tersebut tidak berlebihan mengingat bahwa Indonesia dikenal sebagai negara yang memiliki potensi wisata yang beragam. Mengingat jasa perhotelan merupakan salah satu kebutuhan pokok wisatawan dengan fungsi utamanya sebagai penyedia penginapan dengan jasa pelayanan dan berbagai macam fasilitasnya yang membuat kesan nyaman untuk wisatawan.

Di tengah maraknya persaingan bisnis perhotelan di Indonesia yang saat ini sedang lesu, baik hotel melati dan hotel berbintang kini mereka beradu kebolehan untuk bisa bertahan agar bisa tetap survive ditengah persaingan yang cukup ketat, berbagai strategi pemasaran dilakukan untuk menarik konsumen dan mempertahankan loyalitas konsumen, diantaranya pemasangan iklan diberbagai media, pemberian potongan harga atau paket-paket khusus, termasuk juga upaya peningkatan kepuasan konsumen terhadap fasilitas dan pelayanan dari hotel itu

sendiri, maka suatu perusahaan perhotelan harus memahami perilaku konsumen terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan, selain itu perusahaan harus tanggap dengan respon pelanggan untuk menciptakan situasi yang saling menguntungkan.

Kepuasan konsumen merupakan salah satu parameter jaminan produk atau jasa yang dapat mendorong konsumen menjadi loyal. Kepuasan konsumen bersifat relatif dan selalu berubah sesuai dengan kebutuhan pelanggannya, dengan demikian perlu ada upaya untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen agar perusahaan perhotelan dapat memberikan suatu produk dan layanan yang dapat memuaskan konsumen, sebab konsumen memiliki pandangan yang berbeda-beda mengenai pelayanan jasa perhotelan yang dianggap memuaskan atau tidak memuaskan.

Setiap hotel mempunyai karakteristik yang pada umumnya sama akan tetapi yang membedakan adalah segmen pasarnya, di mana suatu hotel hanya untuk orang-orang yang mempunyai pendapatan menengah ke atas dan ada pula hotel untuk kelas menengah ke bawah. Pada umumnya, setiap tempat-tempat wisata selalu disediakan hotel untuk menyediakan para pengunjung tempat wisata tersebut, untuk menginap yang pastinya dari pihak hotel selalu memberikan layanan yang bagus, agar para pengunjung merasa puas dengan layanan tersebut.

Keunggulan suatu produk jasa pelayanan adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang di perhatikan oleh jasa tersebut apakah sudah memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggannya. Suatu perusahaan jasa pelayanan untuk dapat bersaing harus memberikan jasa dengan kualitas yang lebih tinggi dari pesaingnya secara konsisten. Harapan pelanggan akan terbentuk dari pengalaman

masa lalunya dan juga pelanggan akan membandingkan promosi yang dilakukan perusahaan dengan apa yang dialaminya.

Peningkatan kualitas pelayanan baik untuk perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa, antara lain bertujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan dalam jangka panjang akan menimbulkan loyalitas yang akhirnya berdampak pada peningkatan produk. Salah satu perusahaan jasa yang saat ini sedang berkembang pesat adalah perhotelan. Perkembangan ini seiring dengan perkembangan bisnis wisata di Indonesia serta adanya fungsi sebagai tempat berlangsungnya transaksi bisnis.

Hotel Splash merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa perhotelan. Yang didirikan pada pertengahan tahun 2011 yang bertempat di pusat kota Bengkulu yaitu di Jalan Jendral Sudirman No.48 Kota Bengkulu, Hotel Splash merupakan hotel bertaraf bintang tiga yang menawarkan produknya yang berupa jasa perhotelan dan jasa layanan dalam memenuhi kebutuhan bisnis dan liburan secara konsisten. Hotel Splash menghadapi tingkat persaingan yang ketat sebab banyak perusahaan yang bergerak di bidang usaha sejenis ini seperti : Hotel Santika, Hotel Horizon, Hotel Rio Asri dan hotel lainnya. Agar dapat bersaing dengan hotel-hotel lain Hotel Splash mencoba untuk memahami usaha yang bergerak di bidang jasa ini dengan cara memanfaatkan dan mengoptimalkan kelebihan yang dimiliki. Berikut berbagai jenis kamar hotel Splash, jumlah kamar serta tarif per satu malam.

Tabel 1.1 Rincian kamar hotel Splash Bengkulu menurut jenis dan tarif kamar per Malam.

No	Jenis Kamar	Unit	Harga / 1 malam
1.	Junior Suite	2	@Rp. 888.000,-
2.	Deluxe	12	@Rp. 688.000,-
3.	Standard	40	@Rp. 588.000,-
	Jumlah	54	

Sumber: Hotel Splash Bengkulu (2013)

Dari uraian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Maka peneliti tertarik untuk mempelajari atau menganalisis tentang “ **Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Pada Hotel Splash Bengkulu**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah, maka permasalahan dirumuskan adalah sebagai berikut :

- Bagaimana variabel kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan pada Hotel Splash Bengkulu ?

1.3 Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Mengetahui bagaimana masing-masing variabel kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan pada Hotel Splash Bengkulu.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis berguna untuk menambah pengetahuan dan pengalaman dan mengaplikasikan teori yang pernah diterima, khususnya yang

berhubungan dengan manajemen pemasaran dan hasilnya dapat dijadikan sebagai acuan bagi peminat penelitian selanjutnya.

2. Bagi pengusaha jasa perhotelan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan lebih lanjut dalam bersaing dipasar, sehingga dapat meningkatkan tingkat hunian tamu yang menginap dan sebagai masukan dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih baik dimasa yang akan datang.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Kualitas

Menurut Crosby dalam Nasution (2004:41) kualitas adalah *conformance to requirement*, yaitu sesuai dengan yang disyaratkan atau distandarkan. Bila suatu produk memiliki kualitas apabila sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan dengan meliputi bahan baku, proses produksi, dan produk jadi.

2.2 Kualitas Pelayanan

Definisi dari Nasution (2004:47), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Dan (Seth and Deshmukh,2005) mengatakan “*Several conceptual models have been developed by different researchers for measuring service quality. It is envisaged that conceptual models in service quality enable management to identify quality problems and thus help in planning for the launch of a quality improvement program, thereby improving the efficiency, profitability and overall performance*”. Yaitu beberapa model konseptual telah dikembangkan oleh peneliti yang berbeda untuk mengukur kualitas pelayanan. Sekarang dipertimbangkan bahwa model konseptual kualitas intern memungkinkan manajemen untuk mengidentifikasi masalah kualitas dan dengan demikian membantu dalam perencanaan untuk peluncuran program peningkatan kualitas, dengan demikian meningkatkan efisiensi, profitabilitas dan kinerja secara keseluruhan.

(Brown and Bitner, 2007) mengatakan “ *The rapid development and competition of service quality, in both developed and developing countries has made it important for companies to measure and evaluate the quality of service encounters*”. Maksudnya pesatnya perkembangan dan persaingan kualitas pelayanan, baik maju dan negara-negara berkembang telah membuatnya menjadi penting bagi perusahaan untuk mengukur dan mengevaluasi kualitas pelayanan pertemuan. Pelanggan biasanya cenderung menganggap bahwa harga yang lebih tinggi akan mencerminkan kualitas tinggi.

Parasuraman *et al* (Sultan & Simpson, 2000: 193) menjelaskan : “*Developed a measurement scheme of service quality dimensions of tangibles, reliability, assurance, responsiveness, and empathy. Measurements they have developed a term known as Service quality (SERVQUAL), including in his description suggests the difference between expectation and performance (performance) from a number of criteria that currently services are widely used to measure the quality of service*”. Artinya mengembangkan skema pengukuran dimensi kualitas pelayanan tangible, reliability, assurance, responsiveness, dan empathy. Pengukuran mereka telah mengembangkan sebuah istilah yang dikenal sebagai kualitas layanan (SERVQUAL), termasuk dalam deskripsinya menunjukkan perbedaan antara harapan dan kinerja (performance) dari sejumlah kriteria yang saat ini jasanya digunakan untuk mengukur kualitas layanan.

Kualitas pelayanan dilihat dari lima dimensi sebagai berikut (Van Iwaarden *et al*, 2003; Shahih, 2006) :

1. *Reliability. Ability to perform the promised service dependably and accurately.* Yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan secara akurat.

2. *Responsiveness. Willingness to help customers and provide prompt service.*

Yaitu kesediaan untuk membantu pelanggan memberikan layanan yang cepat.

3. *Assurance. Knowledge and courtesy of employees and their ability to inspire trust and confidence.*

Yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menginspirasi kepercayaan dan keyakinan.

4. *Empathy (including access, communication, understanding the customer).*

Caring and individualized attention that the firm provides to its customers.

(termasuk akses, komunikasi, memahami pelanggan). Merawat dan individual perhatian bahwa perusahaan menyediakan kepada pelanggannya.

5. *Tangibles. Physical facilities, equipments and appearance of personnel.*

Yaitu fasilitas fisik, peralatan dan penampilan personil.

Menurut (Ehigie, 2006) *“Excellence in service quality is a key to achieve customer loyalty which is the primary goal of business organization, due to the advantages of customer retention”*. Artinya Keunggulan dalam kualitas pelayanan adalah kunci untuk mencapai pelanggan loyalitas yang merupakan tujuan utama dari organisasi bisnis, karena keuntungan dari retensi pelanggan.

Menurut (Cronin et al., 2000; Duncan & Elliot, 2002) *“The benefits of a good service quality as far as the hotel industry is concerned include greater guest satisfaction and of employee performance”*. Yaitu manfaat dari kualitas pelayanan yang baik sejauh industri hotel yang bersangkutan termasuk kepuasan yang lebih besar tamu dan kinerja peningkatan.

2.3 Kepuasan Konsumen

Menurut Philip Kotler (2002: 42) Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:177) yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Produk jasa berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan (Kotler dan Amstrong 2003). Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Bila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha tersebut. Demikian pula sebaliknya jika tanpa ada kepuasan, dapat mengakibatkan pelanggan pindah pada produk lain.

2.4 Pengertian Hotel

Kata **Hotel** berasal dari bahasa Perancis yaitu **hostel** artinya “tempat penampungan buat pendatang” atau “bangunan penyedia pondokan dan makanan untuk umum”. Oleh sebab itu, keberadaan hostel untuk menyediakan kebutuhan masyarakat sebagai tempat tinggal sementara. Hostel inilah cikal bakal hotel yang ada sekarang ini. Pengertian hotel berdasarkan Keputusan Menteri Parpostel no KM 94/HK103/MPPT 1987 adalah sebagai berikut: “**Hotel** adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunannya untuk menyediakan jasa pelayanan, penginapan, makan dan minum serta jasa lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial serta memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan didalam keputusan pemerintah”.

2.5 Karakteristik Hotel

Perbedaan antara hotel dengan industri lainnya adalah:

1. Industri hotel tergolong industri yang padat modal serta padat karya yang artinya dalam pengelolaannya memerlukan modal usaha yang besar dengan tenaga pekerja yang banyak pula.
2. Dipengaruhi oleh keadaan dan perubahan yang terjadi pada sektor ekonomi, politik, sosial, budaya, dan keamanan dimana hotel tersebut berada.
3. Menghasilkan dan memasarkan produknya bersamaan dengan tempat dimana jasa pelayanan nya dihasilkan.
4. Beroperasi selama 24 jam sehari, tanpa adanya hari libur dalam pelayanan jasa terhadap pelanggan hotel dan masyarakat pada umumnya.
5. Memperlakukan pelanggan seperti raja selain juga memperlakukan pelanggan sebagai partner dalam usaha karena jasa pelayanan hotel sangat tergantung pada banyaknya pelanggan yang menggunakan fasilitas hotel tersebut.

2.6 Jenis Hotel

Penentuan jenis hotel tidak terlepas dari kebutuhan pelanggan dan ciri tahu sifat khas yang dimiliki wisatawan (Tarmoezi,2000) : berdasarkan hal tersebut, dapat dilihat dari lokasi dimana hotel tersebut dibangun, sehingga dikelompokkan menjadi:

1. City hotel, hotel yang berlokasi di perkotaan, biasanya diperuntukkan bagi masyarakat yang bermaksud untuk tinggal sementara (dalam

jangka waktu pendek). City hotel disebut juga sebagai transit hotel karena biasanya dihuni oleh para pelaku bisnis yang memanfaatkan fasilitas dan pelayanan bisnis yang disediakan oleh hotel tersebut.

2. Residential hotel, hotel yang berlokasi didaerah pinggiran kota besar yang jauh dari keramaian kota, tetapi mudah mencapai tempat- tempat kegiatan usaha. Hotel ini berlokasi didaerah- daerah tenang terutama karena diperuntukkan bagi masyarakat yang ingin tinggal dalam jangka waktu lama, dengan sendirinya hotel ini dilengkapi dengan fasilitas tempat tinggal yang lengkap untuk seluruh anggota keluarga.
3. Resort hotel, hotel yang berlokasi didaerah pegunungan atau di tepi pantai, di tepi danau atau di tepi aliran sungai. Hotel seperti ini terutama diperuntukkan bagi keluarga yang ingin beristirahat pada hari – hari libur atau bagi mereka yang ingin berekreasi.
4. Motel, hotel yang berlokasi dipinggiran atau disepanjang jalan raya yang menghubungkan satu kota dengan kota besar lainnya, atau dipinggiran jalan raya dekat dengan pintu gerbang atau batas kota besar. Hotel ini diperuntukkan sebagai tempat istirahat sementara bagi mereka yang melakukan perjalanan dengan menggunakan kendaraan umum atau mobil sendiri. Oleh karena itu hotel ini menyediakan fasilitas garasi untuk mobil.

2.7 Pengertian Jasa

Freddy Rangkuti (2003) mendefinisikan jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata dari suatu pihak kepada pihak lain. Pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, dimana interaksi

antara pemberi jasa dan penerima jasa mempengaruhi hasil jasa tersebut. Pengertian tersebut pada dasarnya jasa merupakan suatu yang tidak berwujud dapat memenuhi keinginan konsumen atau pelanggan, dan memproduksi jasa, dapat juga digunakan produk fisik sebagai pendukung atas penjualan jasa tersebut. Selain itu juga jasa tidak meningkatkan terjadinya perpindahan hak milik secara fisik.

Payne (1993:7) memberikan batasan jasa: *“An activity which has some element of intangibility associated with it, which involves some interaction with customers or with property in their possession, and does not result in a transfer of ownership. A change in condition may not be closely associated with a physical product”*. Jasa berdasarkan definisi tersebut diartikan sebagai suatu aktivitas yang mempunyai beberapa elemen yang tak terlihat atau tak berwujud yang berhubungan dengan jasa itu sendiri, yang melibatkan interaksi dengan konsumen atau dengan barang milik konsumen, dan tidak berdampak pada pengalihan kepemilikan. Perubahan kondisi tidak berkaitan dengan fisik produk. Menurut (Kimes, Wirtz, and Noone 2002) *“By controlling service duration, firms can enhance revenue during times of excess demand”*. Yang artinya dengan mengontrol durasi layanan, perusahaan dapat meningkatkan pendapatan selama masa kelebihan permintaan.

2.8 Konsep Pemasaran Dalam Bisnis Jasa

1. Produk Menurut Philip Kotler (2000), produk adalah setiap apa saja yang dapat ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Ia meliputi benda fisik, jasa, orang, tempat, organisasi dan gagasan. Sedangkan

menurut Bearden, Ingram, dan Laforge (2004:179), produk didefinisikan sebagai sebuah ide, barang, jasa, ataupun kombinasi ketiganya yang merupakan elemen dalam pertukaran untuk memuaskan objek bisnis maupun individu.

2. Distribusi Menurut Sunarto (2004:43), “distribusi (*place*) meliputi aktivitas perusahaan agar mudah didapatkan konsumen sasaran”.

2.9 Loyalitas Konsumen

Loyalitas konsumen menurut Amin Widjaja Tunggal (2008:6) adalah kelekatan pelanggan pada suatu merek, toko, pabrik, pemberi jasa, atau identitas lain berdasarkan sikap yang menguntungkan dan tanggapan yang baik, seperti pembelian ulang.

Dalam banyak definisi Ali Hasan (2008:81) menjelaskan loyalitas sebagai berikut:

1. Sebagai konsep generic, loyalitas merek menunjukkan kecenderungan konsumen untuk membeli sebuah merek tertentu dengan tingkat konsistensi yang tinggi.
2. Sebagai konsep perilaku, pembelian ulang kerap kali dihubungkan dengan loyalitas merek (*brand loyalty*). Perbedaannya, bila loyalitas merek mencerminkan komitmen psikologis terhadap merek tertentu, perilaku pembelian ulang menyangkut pembelian merek yang sama secara berulang kali.
3. Pembelian ulang merupakan hasil dominasi, berhasil membuat produknya menjadi satu-satunya alternatif yang tersedia yang terus-menerus melakukan

promosi untuk memikat dan membujuk pelanggan membeli kembali merek yang sama.

Ndubisi (2006) and Ehigie(2006)” *Empathy has significant positive relationship with customer loyalty*”. Adalah empati memiliki hubungan positif yang signifikan dengan loyalitas pelanggan.

Dan menurut Nguyen dan Leblanc (2001) and Bellini et al.(2005) bahwa “*Reliability is found to have positive relationship with customer loyalty*” artinya keandalan ditemukan hubungan positif dengan loyalitas pelanggan.

Menurut Cram (2001) bahwa loyalitas merupakan suatu ikatan emosional, kesediaan untuk berhubungan dengan dan mendukung suatu hubungan. Ketika pembelian berulang merupakan tipe perilaku, maka loyalitas merupakan *state of mind*. Loyalitas pelanggan tidak dapat diperoleh dari value dan brand saja, melainkan dari personalisasi pelanggan.

2.10 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Ringkasan Hasil Penelitian

NO	Nama Peneliti	Tahun	Variabel Penelitian	Objek Penelitian
1.	DendiM Tarmizi	2010	Kepuasan konsumen dilihat dari: <i>reliability, responsive, assurance, emphaty, dan tangibility</i> .	Konsumen Salon Rudy Hadisuwarno Bengkulu.
2	Nurline Mutiara	2011	Kepuasan konsumen dilihat dari: <i>reliability, responsive, assurance, emphaty, dan tangibility</i> .	Depot Air Minum IsiUlang Kecamatan Teluk Segara Kota Bengkulu.

3	Wiki Yuliska	2011	Kepuasan konsumen dilihat dari: <i>reliability</i> , <i>responsive</i> , <i>assurance</i> , <i>emphaty</i> , dan <i>tangibility</i>	Nasabah/Konsumen Asuransi Ramayana
---	--------------	------	---	------------------------------------

Sumber: Skripsi Ekonomi Manajemen Universitas Bengkulu

1. Dendi M Tarmizi, Judul Skripsi Analisis Kepuasan Konsumen Atas Jasa Salon Rudi HadiSuwarno Di Kota Bengkulu Tahun 2011, Variabel penelitian dilihat dari faktor *Reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibility*. Alat analisis yang digunakan adalah Gap Analisis menggunakan Servqual Score ($\text{Servqual Score} = \text{Perception Score} - \text{Expectation Score}$). Metode pengambilan sampel *Purposive Sampling*. Hasil penelitian dari skripsi ini adalah faktor *Reliability* + 0,06 yang artinya dapat sangat memuaskan konsumen salon RudiHadiSuwarno, faktor *responsiveness* + 0,07 yang artinya sangat memuaskan konsumen salon RudiHadiSuwarno, faktor *Assurance* + 0,05 yang artinya tidak dapat memuaskan konsumen salon RudiHadiSuwarno, dan faktor *Tangible* + 0,02 yang artinya sangat memuaskan konsumen salon RudiHadiSuwarno.
2. Nurline Mutiara, Judul Skripsi Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Depot Air Minum Isi Ulang Di Kecamatan Teluk Segara Kota Bengkulu Tahun 2010, Variabel penelitian dilihat dari faktor *Reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibility*. Alat analisis yang digunakan adalah analisa distribusi frekuensi menggunakan skala likert untuk melihat secara umum dari responden terhadap masing-masing variabel yang ada pada kuisioner (Mean). Metode pengambilan sampel *Accidental Sampling*. Hasil penelitian dari skripsi ini adalah faktor

Tangible skor rata-rata 3,22 yang artinya cukup memuaskan konsumen depot air minum teluk segara, faktor *Emphaty* skor rata-rata 2,85 yang artinya cukup memuaskan konsumen depot air minum teluk segara, faktor *Reliability* skor rata-rata 3,18 yang artinya cukup memuaskan konsumen depot air minum teluk segara, faktor Responsiveness skor rata-rata 3,09 yang artinya cukup memuaskan konsumen depot air minum teluk segara dan faktor *assurance* skor rata-rata 2,83 yang artinya cukup memuaskan konsumen depot air minum teluk segara.

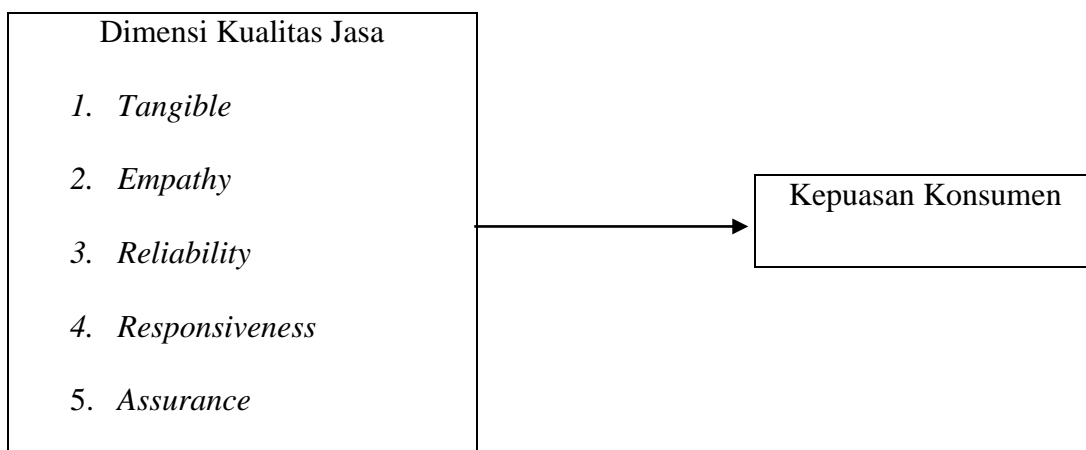
3. Wiki Yuliska, Judul Skripsi Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Asuransi Ramayana.Tbk Perwakilan Bengkulu Tahun 2011, metode pengambilan sampel *Stratified Random Sampling*, serta hasil penelitian *Tangible* dengan skor 3,15 termasuk kategori setuju, *Reliability* dengan skor 3,65 termasuk kategori setuju, *Responsiveness* dengan skor 3,99 termasuk kategori setuju, *Assurance* dengan skor 4,07 termasuk kategori setuju, dan *Emphaty* dengan skor 4,19 termasuk kategori setuju
4. Dari penelitian terdahulu mempunyai perbedaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti. Perbedaan penelitian tersebut adalah tahun penelitian tahun 2013, objek penelitian Hotel Splash Bengkulu, serta hasil penelitian *Reliability* dengan skor 4,24 termasuk kategori sangat setuju, *Tangible* dengan skor 4,18 termasuk kategori setuju, *Responsiveness* dengan skor 4,20 termasuk kategori sangat setuju, *Assurance* dengan skor 4,30 termasuk kategori sangat setuju, *Emphaty* dengan skor 4,30 termasuk

kategori sangat setuju. Dari hasil diatas dapat dilihat perbedaan yang signifikan dengan penelitian terdahulu.

2.11 Kerangka Analisis

Menurut Tjiptono (2001) ada lima dimensi yang digunakan dalam menilai kualitas jasa yaitu *Reliability* (Yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan), *Tangible* (Yaitu fasilitas fisik, perlengkapan, staf serta sarana komunikasi), *Responsiveness* (Yaitu kemampuan staf untuk memberikan pelayanan dengan tanggap), *Assurance* (Mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, serta bebas dari bahaya resiko atau sikap ragu-ragu), *Emphaty* (mencakup pemberian perhatian serta pemahaman kebutuhan para pelanggan).

Adapun kerangka analisis penelitian ini dapat digambarkan pada gambar dibawah :



Gambar 2.11 Kerangka Analisis (Sumber : Tjiptono (2001) dan Zeithaml (2001))

Keterangan :

Dari kerangka analisis di atas, dapat di lihat bahwa untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap pelayanan Hotel Splash Bengkulu maka perlu dilihat dari dimensi kualitas jasa yang ditawarkan dari jasa Hotel Splash yang terdiri dari

faktor *Tangible* (Yaitu seperti fasilitas fisik, perlengkapan, staf serta sarana komunikasi di hotel splash), *Reliability* (Yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan di hotel splash), *Responsiveness* (Yaitu kemampuan karyawan splash untuk memberikan pelayanan dengan tanggap), *Assurance* (Mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan hotel splash, serta bebas dari bahaya resiko atau sikap ragu-ragu) dan *Emphaty* (mencakup pemberian perhatian serta pemahaman kebutuhan para pelanggan hotel splash)

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pada penelitian ini digunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode survey dan penelitian kualitatif. Metode survey merupakan metode pengumpulan data primer yang menggunakan pertanyaan lisan dan tertulis (Idriantoro dan Supomo, 2002). Sedangkan metode kualitatif berusaha menggambarkan fenomena-fenomena yang ada di lapangan, mendeskripsikan secara sistematis, faktual, akurat serta berdasarkan fakta-fakta yang telah ada (Arikunto, 2002).

3.2 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu definisi yang memberikan penjelasan atas suatu variabel dalam bentuk yang dapat diukur, dalam penelitian ini definisi operasionalnya adalah :

1. *Reliability* (kehandalan) adalah kemampuan karyawan Hotel Splash Bengkulu untuk memberikan pelayanan tepat dan cepat terhadap tamu
2. *Tangible* (bukti fisik) adalah bukti fisik atau nyata yang ditujukan oleh Hotel Splash Bengkulu pada konsumen, seperti peralatan dan perlengkapan pelayanan.
3. *Responsiveness* (daya tanggap) adalah suatu kesadaran atau keinginan untuk cepat bertindak (merespon) melayani konsumen, setiap permasalahan dan keluhan konsumen segera disikapi oleh karyawan Hotel Splash Bengkulu.
4. *Assurance* (jaminan) adalah kemampuan karyawan dalam melayani tamunya dengan bersikap sopan dan ramah

5. *Emphaty* (perhatian) adalah kemampuan karyawan Hotel Splash Bengkulu, memberikan perhatian dan kepedulian secara individual dan berusaha untuk memahami keinginan konsumen.
6. Pelayanan adalah usaha yang dilakukan oleh Hotel Splash Bengkulu untuk membantu, memenuhi kebutuhan konsumen, baik secara lisan, tulisan atau perbuatan.
7. Kepuasan Konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan kinerja hasil pelayanan yang dirasakan atau diterima pada Hotel Splash Bengkulu.

Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Indikator

Dimensi	Variabel	Indikator
Kualitas Pelayanan	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Kemampuan untuk memberikan secara tepat dan benar jenis pelayanan yang telah dijanjikan • Karyawan mampu menggunakan bahasa yang baik saat berbicara dengan konsumen • Kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang tepat waktu
	Bukti fisik (<i>Tangible</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Sarana area parkir hotel splash aman untuk kendaraan anda • Ruang kamar yang bersih dan rapi • Tersedianya perlengkapan kamar mandi • Adanya fasilitas hiburan dikamar
	Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Kemampuan cepat menanggapi keluhan konsumen • Karyawan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen • Tindakan cepat dan tanggap karyawan saat dibutuhkan konsumen
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Pengalaman karyawan yang luas mengenai cara pelayanan • Barang bawaan konsumen dikirim dengan cepat dan tepat • Karyawan hotel splash berpenampilan rapi, bersikap sopan dalam melayani konsumen
	Perhatian (<i>Emphaty</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Karyawan telah melakukan pelayanan yang ramah dan baik kepada konsumen • Karyawan memahami kebutuhan konsumen • Perhatian keamanan pada konsumen
	Kepuasan Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> • Mengurangi pandangan negatif terhadap hotel • Mempengaruhi kerabat, teman, keluarga menggunakan jasa hotel

Sumber :Tjiptono, 2001, Lupiyoadi 2001

3.3 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari objek penelitian melalui kuisioner yang disebarkan pada konsumen Hotel Splash Bengkulu mengenai pelayanan : *Reliability, Tangible, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty* serta kepuasan konsumen. Data sekunder adalah data yang dikumpulkan diluar kuisioner, antara lain adalah data mengenai Hotel Splash Bengkulu.

3.4 Metode pengambilan sampel

Metode yang digunakan untuk menentukan subjek dalam penelitian ini adalah *Stratified Random Sampling* yaitu Pemilihan sampel secara acak dapat dilakukan dengan terlebih dahulu mengklasifikasikan suatu populasi ke dalam sub-sub populasi berdasarkan karakteristik tertentu dari elemen-elemen populasi (misal, berdasarkan jenis kelamin, jenis industri, tahun angkatan, size perusahaan). Jumlah sampel yaitu terdiri dari 50 responden, kemudian dipilih dari setiap sub populasi dengan metode acak sederhana dan metode sistematis. Cara pemilihan sampel ini disebut dengan metode pemilihan sampel secara acak berdasarkan strata. Dasar yang digunakan untuk stratifikasi sub populasi dipertimbangkan aspek relevansinya dengan tujuan penelitian. (Indriantoro dan Supomo, 2002).

3.6 Metode Analisis

Adapun Metode Analisis Yang digunakan yaitu :

Metode kualitatif, yaitu Metode yang digunakan dalam melakukan pembahasan sehingga memperkuat hasil kuantitatif yang telah diperoleh pada

Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Splash Bengkulu, kemudian dianalisis secara deskriptif. Analisa deskriptif merupakan peneitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala peristiwa, kejadian yang terjadi pada saat sekarang, atau berupaya menggambarkan keadaan aktual.

3.7 Alat Analisis Metode Servqual

$$\text{SERVQUAL SCORE} = \text{PERSEPTION SCORE} - \text{EXPECTION SCORE}$$

Parasuraman dkk (1990 : 191)

Adapun langkah-langkah yang digunakan :

- a. Responden diminta memberikan penilaian terhadap pertanyaan yang diajukan (nilai persepsi dan nilai harapan).

Untuk nilai persepsi, yang biasanya digunakan untuk menilai kinerja / penampilan, yang masing-masing diberi skor sebagai berikut :

1. Alternatif jawaban Sangat Memuaskan diberi Skor 5
2. Alternatif jawaban Memuaskan diberi Skor 4
3. Alternatif jawaban Cukup Memuaskan diberi Skor 3
4. Alternatif jawaban Kurang Memuaskan diberi Skor 2
5. Alternatif jawaban Sangat Tidak Memuaskan diberi Skor 1

Sedangkan Nilai Harapan, Masing-masing pertanyaan yang diajukan disiapkan 5 alternatif, juga diberikan lima penilaian dengan bobot :

1. Alternatif jawaban Sangat Penting diberi skor 5
2. Alternatif jawaban Penting diberi skor 4
3. Alternatif jawaban Cukup Penting diberi skor 3
4. Alternatif jawaban Kurang Penting diberi skor 2
5. Alternatif jawaban Tidak Penting diberi skor 1

Penilaian skor dilakukan dengan memberikan tanda checklist pada kolom skor 1-

5. Skor 1 menyatakan Sangat Tidak Baik (Nilai Persepsi) dan Sangat Tidak Penting (Nilai Harapan) skor 5 menyatakan Sangat Penting (Nilai Harapan) dan Sangat Baik (Nilai Persepsi), 2, 3, 4 gradasi jawaban.

b. Setelah data diolah akan diperoleh skor persepsi dan skor harapan. Selisih antara skor persepsi dan skor harapan menggambarkan tingkat layanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Splash Bengkulu.

- Jika skor persepsi dikurangi skor harapan menghasilkan angka positif, artinya tingkat layanan terhadap kepuasan Hotel Splash Bengkulu melebihi harapan konsumen (konsumen menyatakan sangat puas).
- Jika skor negatif, maka tingkat pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Splash Bengkulu lebih rendah dari harapan konsumen (konsumen menyatakan kurang puas).
- Sedangkan jika skornya 0 (nol) maka layanan yang diberikan konsumen pada Hotel Splash Bengkulu sama dengan yang diharapkan konsumen (konsumen menyatakan puas)